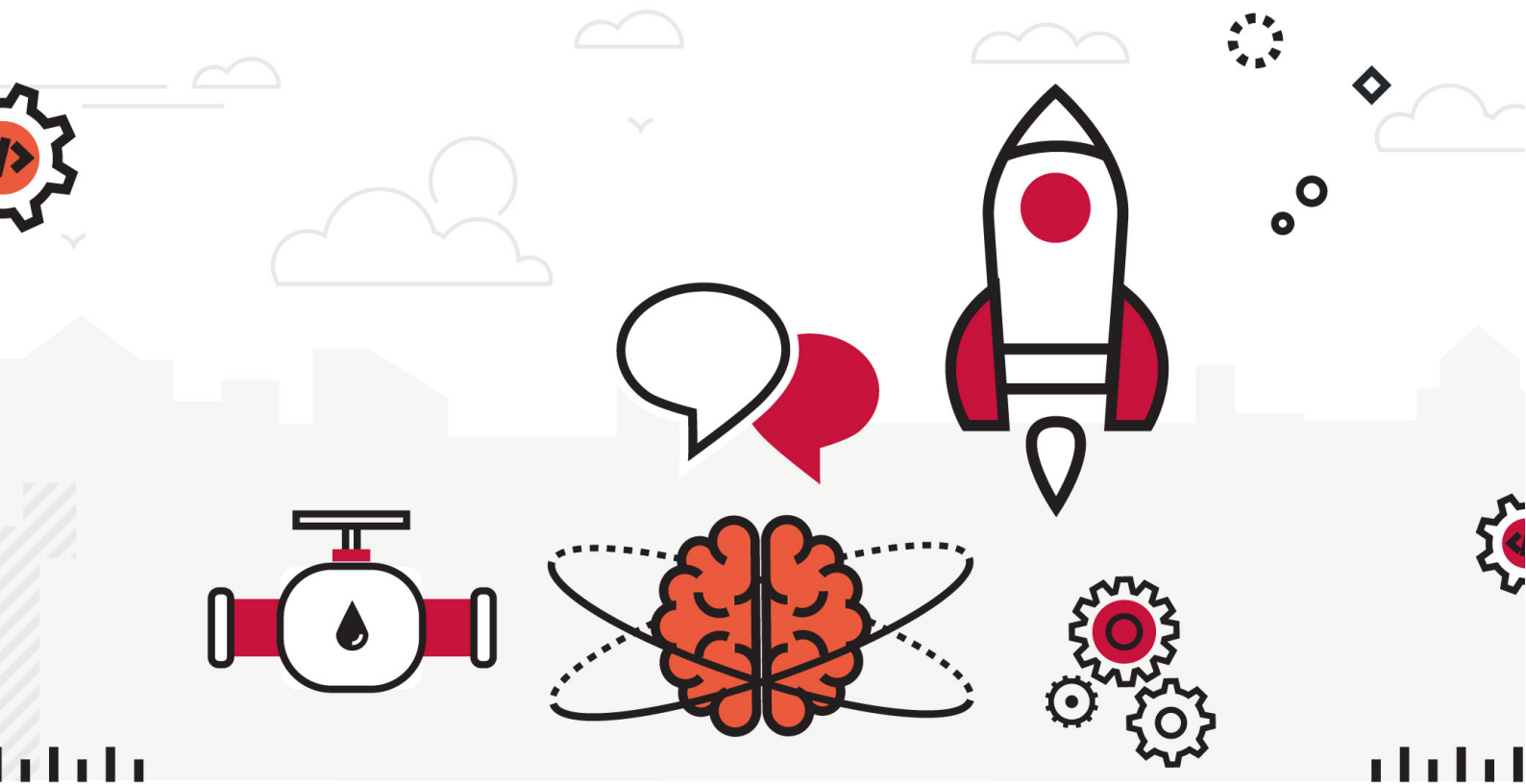


03

Importancia de proteger los desarrollos en las empresas:

EL VALOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.



IMPORTANCIA DE PROTEGER LOS DESARROLLOS EN LAS EMPRESAS: EL VALOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

Copyright © 2021

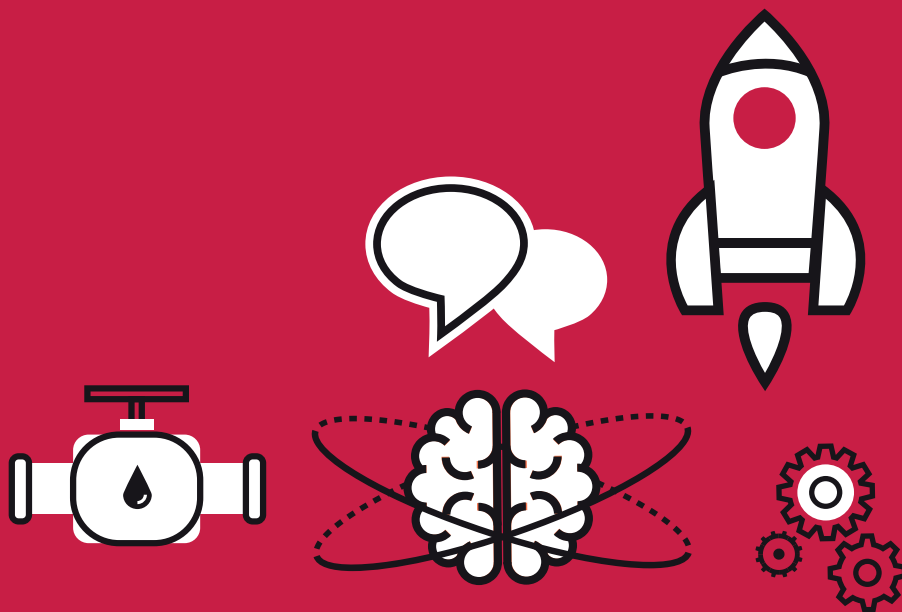
Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la propiedad intelectual (Indecopi)
Programa Nacional de Patentes del Indecopi
Calle de la Prosa 104 - San Borja, Lima, Perú.
Teléfono: (51-1) 224-7800
Correo electrónico: patenta@indecopi.gob.pe

Síguenos: Indecopi Oficial

Sitio web: www.indecopi.gob.pe

Importancia de proteger los desarrollos en las empresas:
El valor de la propiedad intelectual.

Autores: Ciro Huerta Jimenez
Editado por: Mauricio Osorio Icochea
Diseño y Diagramación: Frank Elescano



La presente guía, preparada por la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías del Indecopi, brinda a los emprendedores y gerentes de empresas peruanas, en particular del sector de la micro y pequeña empresa (MYPE), un conjunto de elementos considerados clave para entender la importancia que reviste la propiedad intelectual para los negocios actualmente.

De esta manera, en el documento se podrá conocer los principales beneficios de recurrir al registro y protección de los diferentes desarrollos generados por las empresas, con miras a construir carteras de activos intangibles que incrementen su valor y competitividad.



I. IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA LOS NEGOCIOS

Las empresas son organizaciones donde confluyen recursos y personas que facilitan el desarrollo de actividades diversas, a través de la provisión de bienes o servicios al mercado a cambio de la obtención de beneficios económicos (ingresos).

Como parte de su desempeño u operación, las empresas (aún sin ser conscientes) están en constante relación con activos reales o potenciales de propiedad intelectual, ya sea derechos de autor, marcas, nombres comerciales, patentes de invención, patentes de modelos de utilidad, diseños industriales, certificados de obtentor, secretos empresariales, entre otros.

En efecto, estas organizaciones permanentemente generan distintas clases de productos, procedimientos, procesos de innovación, técnicas, información confidencial múltiple, planificación, marcas, logos, manuales, bases de datos, métodos, modelos, envases, empaques, productos audiovisuales, software, aplicaciones, material impreso, equipos, herramientas, dispositivos, por nombrar solo algunos.

En mayor o menor medida, estos "desarrollos" podrían estar ya dotados de protección o tener la posibilidad de ser protegidos por alguno de los instrumentos que comprende el sistema de propiedad intelectual.

Sin embargo, en el Perú, actualmente un número elevado de empresas que han generado "desarrollos" operan en el mercado sin que estos se encuentren protegidos. Nada les impide continuar de esa manera, dado que el registro de la propiedad intelectual no es un aspecto obligatorio o mandatorio. Por el contrario, solo se requiere en la medida que una persona natural o jurídica aspire a contar con el derecho de exclusividad ("monopolio legal temporal") de alguna creación.

Entonces, ¿por qué debe ser necesario y estratégico para una empresa reconocer, crear y/o registrar sus activos de propiedad intelectual? La respuesta es sencilla: porque ello contribuirá con su productividad, competitividad y crecimiento.

A continuación, se presenta ocho razones por las cuales la propiedad intelectual resulta clave para las operaciones y desempeño de los distintos negocios.

1. INCREMENTA INGRESOS

La propiedad intelectual (PI) brinda "derechos de exclusividad" a las empresas para explotar lo que han protegido. Esto quiere decir que si una empresa patenta una nueva tecnología, será la única que pueda fabricar y comercializar dicha tecnología en el mercado. Por lo tanto, al no tener competidores directos podrá definir o establecer mejores precios para su producto. De igual manera, si una empresa registra una marca para un determinado producto o servicio, entonces será la única que pueda utilizar dicha denominación en el mercado. Si la marca empieza a ganar reputación, esto le permitirá negociar mejores precios para el producto o servicio correspondiente.

En ambos casos, un mayor nivel de precios llevará al incremento de los ingresos y, consecuentemente al aumento de la rentabilidad de la empresa, dado que no tendrá que compartir el mercado con ninguna otra compañía.

Caso EcoEvol

Greentech es una empresa peruana de base tecnológica que surge gracias a su principal producto: EcoEvol, un dispositivo que permite un mejor tratamiento de los hidrocarburos en motores, permitiendo ahorro de combustible y menor contaminación. El producto cuenta con una patente de invención hasta el año 2035, siendo actualmente implementado en los automóviles que vende y/o repara la empresa Derco, entre otros.

Tiene un costo aproximado de 200 USD. Al ser la única empresa en el mercado que abastece del producto, no presenta competidores directos. Considerando que el producto es de alta tecnología, las posibilidades de copia en el mercado peruano son relativamente bajas, por lo que sus oportunidades para generar ganancias son altas. Puedes conocer más sobre la invención [aquí](https://ecoevol.com/ecoevol-c.html).



Fuente: <https://ecoevol.com/ecoevol-c.html>

2. GENERA MECANISMOS DE DEFENSA

Reconocer o recurrir a los derechos de propiedad intelectual ofrece a las empresas mecanismos legales de defensa frente a las infracciones (copia, plagio, entre otros) que se puedan detectar en cualquier momento de la vigencia de tales derechos por parte de terceros (empresas, organizaciones, personas).

El activar estos mecanismos a tiempo, le permitirá a la empresa detener la práctica infractora de manera oportuna, reduciendo al máximo el nivel de pérdidas y manteniendo los beneficios derivados del atributo de "exclusividad" que confiere la propiedad intelectual.

Una práctica permanente de monitoreo y detección de infracciones a los derechos de patentes, marcas, diseños industriales, entre otros, serán señales clave que se brinden al mercado para reducir el riesgo de ocurrencia de estos hechos.

Caso AGUA SAN FRANCISCO E.I.R.L.

REGISTRO

La empresa tacneña "Agua San Francisco EIRL" obtuvo el título de diseño industrial de su envase de 20 litros mediante registro DI4597, vigente hasta el 18 de febrero de 2026. El cual se puede apreciar a la derecha. Enlace de consulta: **SAE INDECOPI**.



CASO DE COPIA

Los trabajadores de Agua San Francisco, en una labor de instalación del producto se percataron que la empresa "CORPORACIÓN LEO & MNJ E.I.R.L." estaban utilizando el diseño protegido del envase de su producto "San Marcos" y procedieron a obtener las muestras para probar el caso de copia.



DENUNCIA DE INFRACCIÓN

Es así que la primera empresa denuncia en el año 2019 ante el INDECOPI a la infractora, y la institución tras evaluar los descargos o pruebas de ambas partes, y la visita realizada, resolvió que la empresa infractora debe dejar de utilizar dicho diseño en sus productos y además pague una multa equivalente a 43 UIT.

3. AUMENTA VALOR DEL NEGOCIO

Las empresas poseen distintas clases de activos. Los más comunes en el Perú son los activos tangibles, es decir aquellos con forma física como autos, terrenos o locales, maquinarias y equipos, entre otros, que ayudan a las operaciones de la compañía y a generar ingresos.

Sin embargo, también están los activos intangibles, aquellos que no poseen forma física, pero que también son clave para generar beneficios para las empresas. Entre estos destacan aquellos vinculados con la propiedad intelectual: patentes, marcas, diseños industriales, secreto empresarial y otros.

Al acumular activos intangibles, una empresa estará añadiendo valor contable y comercial al patrimonio organizacional, lo que elevará una posible tasación de mercado, por ejemplo, para su venta futura, o en caso cotice en el mercado de valores.

Caso GRUPO FAMESA

El GRUPO FAMESA es un holding compuesto por empresas peruanas que poseen el mayor número de patentes a nivel nacional. Se desenvuelven principalmente en el sector de proveeduría minera, dando soluciones a las necesidades del rubro, a través de la fabricación y comercialización de explosivos, accesorios y agentes de voladura.

El grupo posee una cartera de marcas importantes que ha tramitado desde su creación, como se puede observar en el portal "**Busca tu marca**" del INDECOPI. Además, según la tabla de la derecha, este grupo posee diversas patentes para cada uno de sus productos, lo que añade valor a sus compañías por ser tecnologías de uso extendido en el sector. Por lo indicado, ante una eventual tasación del Grupo, cada patente y marca involucrada tendrá un valor específico como activo intangible, en adición a los activos tangibles (maquinarias, equipos, etc.) que ya poseen las empresas que lo integran.

Nº	TÍTULO DEL INVENTO	MODALIDAD DE PATENTE	FECHA DE PRESENTACIÓN	FECHA DE VENCIMIENTO
1	Camión fábrica para gasificar una emulsión matriz (Industrias Minco S.A.C.)	Modelo de utilidad	29/05/2009	29/05/2019
2	Un aparato de conexión y transferencia de señal (Industrias Minco S.A.C.)	Patente de invención	27/06/2002	27/06/2022
3	Generador programable de intervalos de tiempo (Industrias Minco S.A.C.)	Patente de invención	31/05/2002	31/05/2022
4	Accesorio electrónico híbrido para generar secuencias de tiempo predeterminados (Industrias Minco S.A.C.)	Patente de invención	18/04/2002	18/04/2022
5	Bloque de empalme rápido para conductores de señal no eléctrica (Famesa Tecnológica S.A.C.)	Patente de invención	21/11/2000	21/01/2020
6	Sistema temporalizado de iniciación de voladura (Famesa Tecnológica S.A.C.)	Patente de invención	25/07/1994	25/07/2014
7	Manguera coextruida de onda de choque y un proceso de fabricación (Famesa Tecnológica S.A.C.)	Patente de invención	09/02/1993	09/02/2013
8	Máquina ensambladora del sistema de ignición no eléctrica (Famesa Tecnológica S.A.C.)	Patente de invención	17/07/1990	29/04/1998*
9	Máquina automática para fijar fulminantes (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	28/12/1984	15/10/1996
10	Máquina de accionamiento manual para fijación de mechas de seguridad (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	10/08/1984	27/08/1995
11	Cordón de ignición o mecha rápida para voladuras (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	11/12/1985	12/07/1998
12	Conector de mecha o cordón de ignición con mecha de seguridad (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	04/12/1985	19/07/1998
13	Corrector de retardo para cebos explosivos (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	28/11/1984	25/11/1996
14	Mecha deflagrante antiestática no eléctrica (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	12/11/1984	23/10/1996
15	Emulsión explosiva de agua en aceite (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	16/10/1984	21/01/1991
16	Guías de seguridad y detonadores (Fábrica de Mechas S.A.C.)	Patente de invención	12/07/1979	30/07/1990

* Fecha de caducidad del título / Elaboración: El autor

Fuente: [Inventos peruanos patentados y su exitosa comercialización](#)



Propiedad Intelectual = valor

Vale la pena señalar que, en los últimos años, la propiedad intelectual ha adquirido una especial importancia para las empresas a nivel mundial. Existen diversos estudios que demuestran que el valor de los activos intangibles superan largamente el de los activos tangibles. Así, una marca sólida (Ejm: Coca Cola, Google, otras) podría incluso valer mucho más que los equipos, herramientas, maquinarias, flota de autos, entre otros activos físicos de una empresa.

Un informe elaborado por parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en 2017, señalaba que una empresa puede obtener mayores ganancias por la venta de sus productos al invertir en propiedad intelectual. Puede conocer más en este enlace: **Capital intangible en las cadenas globales de valor.**

Brand Finance®



**GIFT™
2017**

Global Intangible Finance Tracker 2017
Informe anual del valor de los intangibles en todo el mundo
Junio 2017

Con la colaboración de:



Fuente:

<https://bit.ly/3iFo1cx>

<https://www.elmundofinanciero.com/noticia/43522/economia/los-activos-intangibles-aportan-el-80-del-valor-de-su-empresa.html>

Economía

JORNADA DE LA COMISIÓN DE LA ECONOMÍA DE LOS INTANGIBLES DE CEIM

Los activos intangibles aportan el 80% del valor de su empresa

· A lo largo de las últimas décadas, los activos intangibles han ido ganando protagonismo en el valor de la empresa

By Redacción

MÁS ARTÍCULOS DE ESTE AUTOR

Sábado 27 de junio de 2015, 20:09h

en línea

Google

Publicidad

f t in



Bajo el término de activo intangibles, se encuentran aspectos relacionados, especialmente, con el "capital intelectual" y que, en la actualidad, suponen el 80% del valor total de una empresa, cuando en 1975 solamente representaban el 17%; en 1985, el 32%, y en 1995, el 68%. Esta creciente relevancia ha llevado a CEIM (Confederación Empresarial de Madrid-CEOE) a crear una Comisión de la Economía de los Intangibles, impulsada por la Federación Nacional de Asociaciones de Consultoría, Oficinas y Despachos (FENAC) para poner en valor la contribución que las empresas de Servicios Avanzados a Empresas basados en el Conocimiento (SAE) aportan a la innovación y al PIB de nuestro país. Al frente de esta comisión de trabajo está el presidente de FENAC, José Antonio Fernández Ramos, con Paloma Adrados como secretaria de la comisión. Ambos abrieron ayer la jornada celebrada en la sede de la CEOE para hablar sobre buenas prácticas empresariales en comunicación.

Fuente: <https://www.elmundofinanciero.com/noticia/43522/economia/los-activos-intangibles-aportan-el-80-del-valor-de-su-empresa.html>

4. EXPANDE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Las empresas que cuentan con una cartera de activos de propiedad intelectual, poseerán mejores oportunidades para generar negocios a partir de la transacción u operaciones que puedan realizar con base en dichos activos, en particular para la expansión o escalamiento de mercado.

Por ejemplo, una empresa que posee una patente con gran potencial de mercado, no sólo tendrá la posibilidad de comercializar de forma exclusiva el producto que ha protegido, sino que podrá autorizar a otras compañías a operar en algún territorio donde no pueda llegar por medios propios, a cambio de una regalía; o negociar una licencia cruzada para ofrecer su tecnología a cambio de otra que pueda aprovechar.

De igual manera, una empresa que posea una marca registrada y que ésta haya adquirido un importante reconocimiento en el mercado, podrá desarrollar un esquema de franquicias para que terceros abran nuevos locales del negocio y así se genere mayores ingresos para la compañía matriz.

Caso ROSATEL

Una de las empresas peruanas más reconocidas que ofrece productos para brindar detalles o regalos, e inclusive para realizar el servicio de entrega a domicilio, es ROSATEL. Esta compañía ha posicionado su marca en cada uno de sus productos, tiendas, servicios de traslado, entre otros. Para los usuarios, su marca es sinónimo de calidad y prestigio en el rubro.

La estrategia elegida por ROSATEL para ampliar su penetración en mercados ha sido a través del esquema de franquicia. Esto le ha permitido contar con locales (propios y de terceros) en varias regiones del país, así como a nivel internacional, manteniendo un mismo modelo de negocio.



5. MEJORA OPORTUNIDADES PARA LEVANTAR FONDOS

Las empresas que poseen activos de propiedad intelectual se vuelven más atractivas e interesantes para captar fondos de potenciales inversionistas o socios estratégicos, en particular extranjeros que suelen dar mayor valoración a estos aspectos.

La lógica para ello es simple. Un inversionista estará dispuesto a invertir en un negocio que le genere la mayor rentabilidad en el menor tiempo posible, para de esta manera recuperar el dinero invertido con un margen de ganancia superior al que podría conseguir por otro medio (fondo mutuo, cuenta de ahorro, entre otros).

Por tanto, preferirá invertir en negocios donde la empresa cuente con "derechos de exclusividad" (patentes, diseños industriales, secretos empresariales o similares) porque tendrá mayores posibilidades de rentabilizar de forma acelerada, que en negocios en donde no se cuenten con tales derechos.

Caso Shark Tank



Uno de los programas de televisión más famosos en el mundo es el denominado Shark Tank (Tanque de Tiburones), en donde un grupo de inversionistas recibe a diversos emprendedores que buscan financiamiento para hacer crecer su empresa. Este programa nació en Japón con el nombre "Los tigres del dinero", luego se extendió al Reino Unido como "La Guarida del Dragon", y finalmente se expandió a USA, México, Colombia y otros países bajo el formato Shark Tank.



IP in Shark Tank - Intellectual Property

13 videos • 321 vistas • Se actualizó por última vez el 17 sep. 2020

6. AUMENTA REPUTACIÓN ORGANIZACIONAL

Los socios estratégicos, accionistas, inversionistas, clientes u otros actores, en algunos países o y/o sectores más que en otros, pueden llegar a considerar a las carteras de propiedad intelectual (en particular las patentes), como un reflejo de una elevada reputación y nivel de capacidad tecnológica y de innovación de una empresa.

Por ello, muchas compañías, lejos de esconder sus activos intangibles, los dan a conocer o difunden públicamente al entorno, a fin de transmitir una imagen de liderazgo en el rubro, en especial frente a los competidores.

Caso Reinmark

El Grupo Reinmark se desenvuelve en el rubro de productos químicos orgánicos con diferentes fines, tales como: uso domestico, higiene industrial y pecuaria natural. La empresa Bioservice SRL forma parte del holding, estando dedicada a los aspectos de investigación y desarrollo (I+D).

Varios de los productos de Bioservice cuentan con patentes de invención registradas ante el INDECOPI y han demostrado éxito comercial, como el Biosanit. Esto ha hecho que sus representantes hayan sido invitados a numerosos eventos en calidad de ponentes, conferencistas, expositores en ferias, entre otros, donde comparten su experiencia explotando el sistema de propiedad intelectual en beneficio de la empresa. Han recibido varias distinciones de parte de diferentes instituciones, todo lo cual les ha brindado reconocimiento como empresa innovadora y líder en su respectivo rubro.



Fuente: [Inventos peruanos patentados y su exitosa comercialización](#)

7. RESGUARDA LA INVERSIÓN REALIZADA EN INNOVACIÓN

Si bien la propiedad intelectual es un sistema que se compone de un conjunto de disposiciones legales y normativas, el objetivo que persigue dicho sistema es eminentemente económico. En efecto, lo que se busca a través de este sistema es que las empresas que invierten en procesos de investigación, innovación y/o desarrollo cuenten con un marco regulatorio predecible para recuperar la inversión efectuada en los citados procesos.

De esta manera, cuando una compañía innovadora recurre a la propiedad intelectual, estará dando la señal al mercado (socios, potenciales inversionistas y otros) que la inversión que ha destinado en las actividades de I+D+i es crucial para el desempeño de su negocio, y por ello desea protegerla.

En tal sentido, si una empresa desarrolla un nuevo producto, debería patentarlo no sólo para que se le reconozca como titular de dicho activo intangible, sino fundamentalmente porque ellos le permitirá recuperar, de una manera más rápida, la inversión que realizó en generar dicho producto.

Caso Agrovét Market



Fuente: [Agrovét Market](#)



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=bIIbBcdfEbs>

8. MEJORA POSICIÓN DE DOMINIO EN EL MERCADO

La propiedad intelectual genera un “monopolio legal temporal” en torno al activo vinculado con el registro de una marca, una patente o instrumentos similares. La capacidad de ejercer las ventajas monopólicas dependerá en gran medida de las características percibidas de cada caso.

Una marca fuerte y reconocida o una patente que proteja un producto con pocos sustitutos permitirá una mejor posición de dominio en el mercado para la empresa titular de dichos activos. Así, la empresa tendrá la capacidad para impedir el ingreso de otras compañías al rubro que deseen ofrecer el mismo producto protegido o aplicar estrategias defensivas (por ejemplo, reducción de precios) para enfrentar el ingreso de productos sustitutos. Además, una empresa con sólida reputación e imagen gozará de mejor poder de negociación, no sólo en materia de precios, sino en aspectos gerenciales (relación con proveedores por ejemplo).

Caso CANTOL

CANTOL es una empresa peruana reconocida por su oferta de cerraduras. En este caso, las patentes otorgadas a su gerente general e inventor Víctor Canepa han servido para que otros sistemas de cerradura que quieran usar la tecnología protegida por la empresa Cantol, no puedan ingresar al mercado peruano mientras dure su protección. A su vez, estas patentes han permitido a la empresa bloquear otras solicitudes de registro al hacerlas incumplir los requisitos respectivos u oponerse a su otorgamiento usando lo divulgado en sus patentes como fundamento.

Sin embargo, esto ha hecho que otras empresas como Forte innoven en el desarrollo de sus cerraduras, inclusive muchas de ellas han sido patentadas. Esto ha permitido que el rubro este en constante cambio y así el mercado pueda obtener cada vez productos de mejor calidad.



Fuente: [Inventos peruanos patentados y su exitosa comercialización](#)

N°	TÍTULO DEL INVENTO	MODALIDAD DE PATENTE	FECHA DE PRESENTACIÓN	FECHA DE VENCIMIENTO
1	Tranca de seguridad con accionamiento de chapa	Patente de invención	15/06/1971	16/11/1981
2	Cerradura con nueva forma de fijación del tambor posterior	Modelo de utilidad	19/04/2000	19/04/2010
3	Cerradura de sobreponer mejorada mediante un elemento de seguridad incorporado en el interior de su contrafrente	Modelo de utilidad	20/06/2001	20/06/2011
4	Cerradura de sobreponer con una nueva forma de fijación del aro de tambor posterior	Modelo de utilidad	19/07/2005	19/07/2015
5	Cerradura de sobreponer mejorada con nuevo diseño en el componente y contrafrente	Modelo de utilidad	07/04/2008	07/04/2018
6	Protector de cerradura mejorada mediante placa de fijación	Modelo de utilidad	10/11/2008	10/11/2018
7	Contrafrente de una sola pieza para cerraduras de sobreponer	Modelo de utilidad	13/07/2009	13/07/2019
8	Cerradura - tranca mejorada	Modelo de utilidad	16/12/2009	16/12/2019
9	Componente de bloqueo que determina el giro de llave en un cilindro de cerradura	Modelo de utilidad	11/04/2011	11/04/2021
10	Soporte guía de portacilindro interior con abrazadera integrada para cerraduras de sobreponer con carcasa de una sola pieza abutada	Modelo de utilidad	17/06/2011	17/06/2021

Elaboración: El autor

II. MITOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL PERÚ

En el Perú el poco uso de la propiedad intelectual por parte las empresas se debe a diversos factores como aquellos relacionados a la capacidad tecnológica, el limitado conocimiento sobre la protección de innovaciones, la reducida inversión en I+D+i, entre otros propios de las organizaciones.

Sin embargo, también existen razones relacionadas a determinados "mitos" que han ido surgiendo en torno al sistema de propiedad intelectual peruano, y que alejan o desmotivan a las empresas a un mayor acercamiento y recurrencia del sistema.

En la presente sección se romperán los principales cuatro mitos sobre propiedad intelectual.



**MITO
01**

El tiempo de trámite de marcas y patentes es muy lento en el Perú.



**MITO
02**

El sistema de propiedad intelectual no protege ante casos de copia.



**MITO
03**

El proceso de protección es muy complicado y necesito servicios legales.



**MITO
04**

Proteger marcas, inventos y diseños es muy caro en el Perú.

MITO 1

El tiempo de trámite de marcas y patentes es muy lento en el Perú

En general los plazos vinculados a los registros de propiedad intelectual son variados y ciertamente pueden tomar varios días, meses o años, dependiendo del tipo de registro que se trate, debido a que se debe hacer un análisis previo exhaustivo para reducir la posibilidad de conceder, por ejemplo, una marca que ya exista previamente o una patente por una tecnología que no sea nueva. Al conceder derechos de exclusividad (monopólicos), se debe tener la máxima precaución y cuidado.

En el año 2018 la revista Marca Sur publicó un estudio realizado por Latinestadísticas donde consultaron a bufetes (ejm: estudio de abogados) de la región, el tiempo promedio de resolución de expedientes de patentes y marcas por parte de las oficinas de propiedad intelectual de sus países de residencia.

Tiempo promedio de resolución de solicitudes de patentes

PAÍS	2018
Perú	2 a 5 años
Nicaragua	Menos de 3 años
El Salvador	Menos de 3 años
Chile	Menos de 4 años
Cuba	Menos de 4 años
Guatemala	Menos de 4 años
Honduras	Menos de 4 años
México	Menos de 4 años
Ecuador	Menos de 5 años
Costa Rica	6 a 7 años
Argentina	Menos de 7 años
Paraguay	Menos de 8 años
Brasil	Más de 8 años
Uruguay	10 años
Panamá	Sin datos (1)
Colombia	Sin datos (2)
Puerto Rico	Sin datos (3)
Venezuela	No se conceden

(1) Las solicitudes de patentes de Panamá se presentan en EUA, a diferencia de las de marcas.

(2) A las fuentes consultadas les resulta difícil establecer promedios, debido a la alta variación según casos.

(3) En Venezuela no se conceden patentes de invención desde hace más de 14 años. La resolución de solicitudes de modelos y dibujos industriales en ese país demora unos 8 años aprox.

Fuente: https://issuu.com/marcasurmagazine/docs/marcasur_final_con_links

En el caso de las patentes, el Indecopi se destaca por ser la oficina que más rápido resuelve los trámites de patente entre la mayoría de países de América Latina y, probablemente, en el mundo. Esto es porque los plazos son menores para aquellas solicitudes que se presentan al Indecopi habiendo utilizado los servicios del programa denominado Patenta (para cuando se realizó dicho estudio se llamaba Patente Rápida).

Tiempo promedio de resolución de solicitudes de marcas sin oposición

PAÍS	2013	2017
Chile	7 mese	2 a 4 meses
Perú	6 meses	2 a 4 meses
Costa Rica	6 meses	4 a 6 meses
Honduras	6 meses	4 a 6 meses
México	4 a 10 meses	6 a 10 meses
Colombia	6 a 8 meses	6 a 10 meses
Ecuador	8 meses	6 a 10 meses
El Salvador	6 a 7 meses	6 a 10 meses
Guatemala	8 meses	6 a 10 meses
Argentina	12 meses	10 a 14 meses
Nicaragua	12 a 14 meses	10 a 14 meses
Panamá	10 meses	10 a 14 meses
Venezuela	8 a 12 meses	10 a 24 meses
Paraguay	9 a 12 meses	14 a 18 meses
Puerto Rico	Sin datos	18 meses a 2 años
Cuba	1 a 2 años	18 meses a 2 años
Brasil	3 años	2 años
Uruguay	8 a 9 meses	2 años

Fuente: https://issuu.com/marcasurmagazine/docs/marcasur_final_con_links

En el caso de las marcas, el estudio determinó que Perú junto a Chile son las oficinas que más rápido resuelven un trámite desde la solicitud hasta su otorgamiento, siempre y cuando no haya oposición. Así, de 2018 a la fecha, Indecopi registra marcas en un periodo de aproximadamente 45 días hábiles, para lo cual se puede hacer uso de los servicios y herramientas virtuales disponibles como, por ejemplo, "Busca tu marca", "Plataforma Virtual de emprendedores", entre otros.

Por lo tanto, si bien los plazos indicados pueden parecer extendidos para el caso peruano, lo cierto es que si se comparan con otros países, son relativamente cortos. Aún con estos plazos, en todo el mundo se solicitan más de 3.3 millones de patentes, 14.3 millones de marcas y 1.3 millones de diseños industriales por año, lo que evidencia la importancia del sistema de propiedad intelectual, en especial para las empresas, que son el principal solicitante de estos registros.

MITO 2

El sistema de propiedad intelectual no protege ante casos de copia

En realidad resulta todo lo contrario. El único sistema por el cual una empresa podrá encontrarse protegida frente a la copia de su producto, marca u otra creación similar, será recurriendo al sistema de propiedad intelectual. En caso de no proteger sus desarrollos, la empresa no podrá impedir que terceros los utilicen o exploten, perdiendo valiosas oportunidades comerciales y de negocios.

Se debe recordar que el Indecopi, además de tramitar solicitudes de patentes, marcas o diseños industriales, posee también como mandato conocer y resolver los procesos contenciosos (oposiciones y nulidades) derivados de los registros inscritos por las Direcciones de Propiedad Intelectual, incluyendo los procedimientos por infracción a los derechos de propiedad intelectual sobre los registros que estas Direcciones inscriben.

De esta manera, siempre que se demuestre en el proceso respectivo, una conducta infractora de derechos de propiedad intelectual, el Indecopi adoptará las medidas del caso para detener dicha práctica, con lo cual la empresa perjudicada minimizará sus potenciales pérdidas.

Para ello, se cuenta con una serie de mecanismos que las empresas pueden aprovechar para hacer valer sus derechos. En la siguiente página se explican dichos mecanismos.

**Oposición:**

Durante el trámite de una marca o patente, la solicitud se publica de forma previa a la evaluación de requisitos, con la finalidad de que exista un espacio donde se puedan recibir oposiciones por diversos motivos. Por ejemplo, una empresa se puede oponer a un registro debido a que considera se está buscando proteger algo que no le pertenece o que infringe alguno de sus derechos vigentes.

**Nulidad:**

En el caso que se considere que una solicitud de marca o patente se haya otorgado sin cumplir con los debidos requisitos y esto afecta al mercado, dado que se ha concedido un monopolio legal de forma errónea, existe el mecanismo de la nulidad. A través de este, se puede solicitar al INDECOPI declarar nulo dicho otorgamiento, tomando en cuenta pruebas o argumentos que se puedan presentar.

**Infracción:**

Cuando un usuario copia o infringe, de cualquier forma, algún derecho de propiedad intelectual otorgado por el INDECOPI, el afectado puede iniciar una denuncia contra el infractor, también ante el INDECOPI, entidad que analiza el caso y puede realizar visitas de inspección, ordenar el levantamiento del material que infringe los derechos e inclusive imponer multas.

**Bloqueo de nuevas solicitudes:**

Cuando uno solicita un título de propiedad intelectual, la información es documentada por el INDECOPI y forma parte de su base de datos. Cuando un tercero solicita protección de una marca o invento similar después de la solicitud realizada, la oficina considerará dicha información que tiene en su base de datos para la evaluación.

MITO 3

El proceso de protección es muy complicado y necesito servicios legales

El INDECOPI, además de ser una oficina de registro de la propiedad intelectual, viene trabajando en actividades de promoción con mayor intensidad desde hace 6 años aproximadamente.

Los programas de asesoría del INDECOPI poseen como principal beneficio que el usuario conozca de forma gratuita, y previo al trámite, si su desarrollo cumpliría o no con los requisitos de registro para ser protegido por alguno de los instrumentos de la propiedad intelectual; y pueda recibir asesoría para la presentación de solicitud de protección. En ambos casos la finalidad será minimizar las observaciones de forma o fondo durante el trámite, para que ello represente un ahorro de tiempo y dinero. Entre estos programas se encuentran, por ejemplo: Patenta, la Plataforma virtual de emprendedores, el servicio de atención al ciudadano (SAC), entre otros.

Por su parte, el INDECOPI también cuenta con herramientas virtuales, cuyo propósito es facilitar el acceso de las empresas a información pública para fines de registro, legales, búsqueda, trámite, entre otros aspectos relativos a la propiedad intelectual; así como a plataformas de apoyo para fines diversos de orientación y promoción. Algunas de estas herramientas son: la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial, Identi-Pat, Busca tu marca, entre otras.

Adicionalmente, cada una de las direcciones de propiedad intelectual del INDECOPI cuenta con una serie de publicaciones y cursos virtuales que permiten contar con más información o fortalecer conocimientos y capacidades para un mejor entendimiento y manejo de los temas de propiedad intelectual al interior de las empresas.





En tal sentido, el INDECOPI ha venido trabajando en los últimos para que el proceso de protección de la propiedad intelectual sea mucho más sencillo para el usuario.

MITO 4

Proteger marcas, inventos y diseños es muy caro en el Perú

Recurrir al sistema de propiedad intelectual involucra que las empresas deban cubrir las tasas vinculadas con el registro y mantenimiento de los derechos que buscan obtener. Esto podría considerarse una inversión, cuyo rédito será el potencial impacto que tendrá el conseguir el "monopolio legal temporal" en la generación de ingresos de la compañía.

Las tasas cobradas por el INDECOPI han variado muy poco en los últimos años. Probablemente para una persona natural éstas efectivamente puedan percibirse como elevadas; sin embargo, para empresas, bien podrían ser muy razonables tomando en cuenta que se pueden generar grandes ganancias a partir de una marca registrada con buena reputación o de una invención patentada que se comercialice en el mercado. Más aún, si se estima el costo diario de los principales instrumentos de propiedad intelectual, resultará poco significativo para una empresa.

Marcas	Diseños industriales	Modelos de utilidad	Patentes de invención
			
Tasa de presentación			
S/ 534.99	S/ 360.00	S/ 324.00 + 279.55 examen	S/ 1269.13 + anualidades
Inversión diaria			
S/ 0.15 aprox. durante 10 años	S/ 0.10 aprox. durante 10 años	S/ 0.25 aprox. durante 10 años	S/ 1.13 aprox. durante 10 años
Vigencia			
10 años renovables	10 años renovables	10 años renovables	20 años no renovables

Incluso, si se compara los costos totales vinculados a las patentes de invención y las de modelo de utilidad (lo que incluye la de presentación - T.P., el examen de fondo - E.F. y la primera anualidad que se paga sólo por concepto de patente de invención - 1ra A.), el Perú se ubica por debajo de los costos de Chile, España, Estados Unidos, y muy parecido a Colombia.

Ello indica que los gastos que deben realizar las empresas para registrar activos de propiedad intelectual son bastante similares, por lo general, entre países.

Costos comparativos para solicitud de patentes
(En dólares americanos)

País	Patente de Invención				Modelo de Utilidad			
	T.P	E.F	1ra A.	Total	T.P	E.F	1ra A.	Total
Brasil*	56	189	94	339	56	122	64	242
Colombia*	22	316	77	415	19	167	71	257
Chile	71	724	213	1,008	71	553	71	695
España*	67	352	20	439	67	352	20	439
México	309	-	58	367	109	-	55	164
USA	140	360	-	500	-	-	-	-
Perú	218	167	42	427	98	89	-	187

*Online



03

